

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis data dalam penelitian ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari uji F yang telah dilakukan dapat diketahui harga ( $X_1$ ), nilai manfaat ( $X_2$ ) dan kualitas ( $X_3$ ) mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan. Dari hasil pembahasan Regresi linear berganda di bab IV, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan sebesar 56,5% antara harga ( $X_1$ ), nilai manfaat ( $X_2$ ) dan kualitas ( $X_3$ ) terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan sisanya 43,3% dipengaruhi oleh variabel lain di luar variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Antara lain distribusi, atribut produk, yang bisa mempengaruhi kepuasan pelanggan.
2. Dari uji t yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa harga ( $X_1$ ), nilai manfaat ( $X_2$ ) dan kualitas ( $X_3$ ) mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan. Sedangkan variabel yang dominan adalah nilai manfaat yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

#### **5.2 Keterbatasan Penelitian**

1. Keterbatasan penelitian ini menurut peneliti, masih memiliki keterbatasan. Keterbatasan yang ada pada penelitian ini adalah beberapa responden yang menjawab pertanyaan dengan asal-asalan yang dapat mengakibatkan peneliti susah untuk mengolah data.

2. Peneliti tidak memberikan pertanyaan terbuka pada kuesioner sehingga peneliti kurang mendapat informasi lebih.

### 5.3 Saran

1. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan untuk menambah variabel bebas yang digunakan dan subyek penelitian yang lebih banyak sehingga dapat memperoleh hasil yang lebih baik dan mendalam tentang apa saja yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dan sebaiknya menambah variabel bebas lain seperti faktor marketing mix.
2. Menambah pertanyaan terbuka pada kuesioner agar membantu penelitian agar hasilnya lebih baik lagi. Lebih teliti terhadap jawaban-jawaban responden ketika responden mengisi data responden dan menjawab pertanyaan-pertanyaan.
3. Untuk perusahaan *AQUA* agar lebih mempertahankan harga yang sesuai dengan konsumen, memberikan nilai manfaat yang baik bagi tubuh, dan memberikan kualitas air minum yang lebih baik lagi.

## DAFTAR RUJUKAN

- Ahmed, Mukhtar ., et al. 2011. "Factors Behind The Brand Loyalty, Developing And Proposing A Conceptual Model". *Interdisciplinary Journal Of Contemporary Research In Business* (July).
- Ardhana, Oldy. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan. Semarang, 7 September 2010
- Carter, Barbara ., et al. 2008. "Relationship-value-based antecedents of Customer Satisfaction and Loyalty in Manufacturing". *Journal of Business and Industrial Marketing* (September).
- Fandy Tjiptono, Gregorius Chandra, DadiAndriana, 2008. "*Pemasaran Strategik*". Penerbit C.V Andi Oofset.Yogyakarta.
- Fandy Tjiptono. 2008. "*Strategi Pemasaran*". Edisi ketiga, Yogyakarta, Penerbit CV. ANDI OFFSET.
- Imam, Ghozali.2012. "*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IMB spss Duapuluh*". Edisi Enam, Semarang, Penerbit Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- [http://finance.detik.com/\(12/10/2012\)](http://finance.detik.com/(12/10/2012))
- <http://health.kompas.com/read/2011/08/26/20125280/Kemasan.Air.Mineral.Menentukan.Kualitas.Air.Minum>
- <http://www.aqua.com/produk/aqua-reflections>, diakses 28 Maret 2013
- <http://www.foodreview.biz/preview.php?view2&id=9064#.UVPOG321ZoM>, diakses 28 Maret 2013
- Jogiyanto. 2008. "Metodologi Penelitian Sistem Informasi: Pedoman dan Contoh Melakukan Penelitian Di Bidang Sistem Teknologi Informasi". Yogyakarta. Penerbit Andi.
- Juliansyah Noor. 2011. "Metodelogi Penelitian". Edisi Pertama, Jakarta, Penerbit Kencana Prenada Media Group.
- Kotler, Philip dan Garry Amstrong. 2008. "*Prinsip - Prinsip Pemasaran*". Edisi Dua Belas, Jakarta,PenerbitErlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, K.L. 2009. "*Manajemen Pemasaran*". Jilid dua. Edisi tiga belas, Jakarta, Penerbit Erlangga
- \_\_\_\_\_.2009. "*Manajemen Pemasaran*". Jilid pertama. Edisi tiga belas, Jakarta, Penerbit Erlangga

Kuncoro, Mudrajat. 2009. "*Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*". Edisi Tiga, Erlangga. Jakarta.

Sinambela, Sartono. 2010. "Pengaruh Merk dan Dimensi Kualitas Pada Produk Sepatu NIKE Terhadap Keputusan Pembelian". Jurnal Manajemen dan Akuntansi. (Maret)

Sofyan Yamin, Heri Kurniawan. 2009. "*Teknik Analisis Statistik Terlengkap Dengan Software SPSS*". Edisi pertama, Jakarta, Penerbit Salemba Infotek.

Sekaran Uma and Roger Bougie. 2010. "*Research Methods For Business a Skill Building Approach*". John Wiley. United Kingdom.

[www.aqua.com/](http://www.aqua.com/) (28/03/2013)

[www.foodreview.biz/](http://www.foodreview.biz/) (28/03/2013)

<http://health.kompas.com/> (26/08/2013)